全媒体时代纸质媒体的融合转型策略

古丽茹克·亚力昆
（乌鲁木齐晚报社，新疆维吾尔自治区 乌鲁木齐 830000）

摘　要：现阶段，我国经济水平日益提升，信息技术在各行各业中得到了广泛应用，信息传播步入全媒体时代，即时视频、有声读物和移动终端新闻等新媒体产物在大众生活中占据着极为重要的位置。新媒体的出现加大了传统纸质媒体生存和发展的压力，融合纸质媒体和数字化发展已成为必然趋势。全媒体时代，纸质媒体怎样对自身资源进行深挖，同时融合新媒体，从而促进纸质媒体影响力、引导力以及传播力增强，已成为其不可忽视的课题。对此，本文主要阐述了全媒体时代传统纸质媒体的优势以及纸质媒体融合转型的必要性，分析了全媒体时代传统纸质媒体面临的挑战，并对全媒体时代纸质媒体的融合转型策略进行了探讨，以供参考。

关键词：全媒体时代；信息技术；新媒体；纸质媒体；媒体融合　　**中图分类号：**G222.3　　**文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2022）04-116-03　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2022.04.035
本文著录格式：古丽茹克 · 亚力昆 . 全媒体时代纸质媒体的融合转型策略 [J]. 中国传媒科技，2022（04）：116-118.

随着互联网发展速度的日益加快，新技术革命浪潮给传统媒体带来极大的影响，传统媒体，尤其是传统纸质媒体从未停止过思考“生存还是死亡”的问题。全媒体时代，传统纸质媒体为了满足大众需求，做出了诸多尝试和努力，如融入微信和微博、对移动客户端进行构建以及融合图文和音视频、直播、动画动漫、VR、H5 等新媒体。现阶段，传统纸质媒体经历了采编经营人才大量流失、广告收益显著降低、发行量大量萎缩后，其在各方面均已处于一个稳定、回升的良好状态。但是，严峻的环境形势仍要求传统媒体人保持警惕，积极努力，确保媒体融合转型步伐和时代发展保持同步，正确看待和解决各种困难，把握机遇，探寻有效路径，如此才能在激烈的市场竞争中获得一席之地。

1. 全媒体时代传统纸质媒体的优势

现阶段，互联网普及力度日益加大，全媒体时代已经到来，其以不可抵挡之势冲击了传媒领域，相较于传播方式单一的报纸等传统媒体，其传播影响力大、传播渠道多元以及传播形式灵活形成了鲜明对比，传统纸质媒体的劣势更加显著。[1]随着互联网运用范围的不断拓宽，使得通过记者和专业媒体机构发布新闻的方式逐渐被替代，即时在线、微博和博客成为网络发布信息的常用平台，所有人均可以发布新闻信息。如此便严重冲击了传统媒体发现和独占新闻的优势。虽然在全媒体时代，传统纸质媒体单向性的传播方式没有优势，但其依然有互联网媒体没有的优势。这些优势主要体现在以下几个方面：第一，影响力和信誉良好。报纸具有良好的社会影响力和传播信誉。人们对其充满了信任，愿意从报纸上获取信息。第二，长时间累积的资源优势。在长期经营过程中，报刊等传统纸质媒体累积了许多新闻信息资料，对今后的利用与开发极为有利。网络机构短时间内很难具备报刊掌握到的信息资料库。第三，深度报道优势。人们除了会对事件发生情况、过程、结果进行了解之外，还需掌握事件产生的具体原因、背景以及未来趋势。针对此方面，报刊的优势更加显著。

2. 传统纸质媒体融合转型的必要性

2.1　受新媒体和新技术的冲击

新技术和新媒体带给了传统媒体极大的冲击，并推动了传统媒体的转型。[2] 近年来，部分传统媒体工作人员跳槽到了互联网行业中。在此形势下，大部分传统媒体机构开始竭尽全力挖掘自身内容特色，并与新媒体技术之间进行结合，确保转型升级目标的顺利实现。

2.2　人们的阅读方式和生活方式发生改变

随着人们生活节奏的持续加快，时间呈现出了碎片化的特点，再加上各类技术以及文化思想的影响，使得人们对阅读过程进行了重新认知以及调控，同时改变了阅读方式。这在阅读时间的碎片化、阅读的移动化、阅读的消遣和娱乐性功能加大等方面得到了充分体现。

2.3　疫情对出版的影响

2020 年，新冠肺炎疫情在世界范围内突发，许多行业受到的影响。首先，疫情限制了传统媒体的良好发展。第一，在疫情的影响下，编辑等人员流动较为困难，不利于正常生产以及流通的进行。第二，部分大型交易产生与交流不得不停止，阻碍了地区和国际业务的开展，影响了订货情况。当前，国内疫情已得到了有效控制，

出版业也逐渐恢复正常，但疫情下，线上流通和数字化转型显得极为重要。疫情刺激了数字化转型和新媒体融合。疫情促使产业化数字化升级以及消费数字化转型，新产业新产品发展迅猛，促使出版业融合发展速度加快。如在线学习和线上娱乐需求越来越大，“耳朵经济”迎来最佳时机。

3. 全媒体时代传统纸质媒体面临的挑战

3.1 传统纸质媒体市场占有率降低

人们使用媒体的目的以及媒体的功能充分体现了媒体的地位，据权威报告显示，获取信息是选择社交媒体的主要目的。信息类型多种多样，而一般情况下，传统纸质媒体主要是传播新闻资讯。新媒体出现后，人们获取信息的渠道越来越丰富，同时新媒体信息可以快速传播。[3] 从客观角度来说，现阶段，各种虚假信息严重影响了新闻业。同时，只针对传播来说，诸多直观、方便的免费渠道相继出现，可以将全面的新闻资讯提供给广大受众，购买报纸的人不断减少。

3.2 信息传播时效性和多样性不足

信息传播不及时，传播模式太简单是传统纸质媒体的不足之一。传统纸质媒体要经历信息的收集整合处理、稿件的审核确定以及出版发行等过程。和读者见面有延迟性和周期性，和新媒体借助了音视频有着明显区别，进而很难和受众的期望与需求相契合，很容易给人单调、乏味之感。

3.3 经营困难陷入恶性循环

最近几年，传统纸质媒体在市场中占比越来越少，而新媒体的占比不断增多，这主要是因为传统媒体适应性较差、新媒体发展速度日益加快。就传统纸质媒体而言，这势必是一场残酷的恶性循环。传统纸质媒体具有时效低、成本高的特点，所以，其在碎片化阅读、快阅读的今天，很难和时代发展保持同步，市场份额降低，诸多广告商选择向其他领域投资；收益降低，而发行费和纸张价格升高，利润显著减少。

3.4 媒体界格局的改变

现阶段，网络世界日益健全，媒体的定义好像也越来越模糊，所有网民均可成为信息的传播者和发布者，在此形势下，自媒体随之出现并得到了迅猛发展。相较于传统纸质媒体行业中接受专业训练与教育的从业者，尽管这些网民并不是专业人士，但因为其本身就是读者，对受众的喜好更了解。

4. 全媒体时代传统纸质媒体融合转型对策

全媒体时代，纸质媒体面临着严峻的生存环境。但与此同时，全媒体时代也带给了纸质媒体良好的生存发展机遇。在全媒体时代中，纸质媒体要想实现较好的发展，需要将自身所具备的优势展现出来，紧跟全媒体的发展步伐，建立网站，增强与观众之间的互动，将深度报道切实做好。详细而言，传统纸质媒体融合转型应从下述几个方面入手。

4.1 体制转型，构建现代企业制度

将全媒体当作目标是传统纸质媒体融合转型的重点。全媒体促使媒体发生了显著改变，代表着媒体业的发展方向。对此，媒体业需要顺应产业发展特点，积极地进行转型。全媒体是立足于新技术展开的，传统纸质媒体必须对技术提高重视，借助技术的力量助推自身良好发展。传统媒体可以借助先进的网络信息技术，对自己的网站平台进行构建，或借助“两微一端”等对最新的新闻事件进行传播推送。以传统的纸质媒体《人民日报》为例，借助抖音等短视频平台，开通了官方账号，同时在固定的时间更新新闻视频，用一种全新的形式进入人们的视野，同时有效吸引了广大受众的眼球。传统纸质媒体转型需要重视平台发展。

4.2 互补合作

全媒体发展背景下，纸质媒体要想得到良好发展，必须顺应全媒体的发展趋势，和其展开有效沟通，展开创新性的信息传播。[4] 对纸质媒体来说，应将报道的重点放在社会主流信息上，这是因为同新媒体相比，其报道往往更加客观真实，具有很高的针对性。新媒体也需将自己的优势利用起来，进一步拓宽报道的范围。新媒体拥有很多受众，各受众之间又存在较大的差异，这便直接影响到了他们对新媒体信息的鉴别。对此，新媒体可以和纸质媒体建立起良好的合作关系，通过纸媒优势让受众对真假新闻做出有效辨别。纸质媒体也可以与新媒体强强联手，对正确舆论予以引导，创设一个良好的社会环境。

除此之外，纸质媒体在同新媒体的互动上应更加积极，并对信息的承载性、传播性引起重视，在互动过程中对正确的舆论予以引导。进入全媒体时代，受众有了更多获取信息的渠道，媒体要不断提高信息化水平，加大管理力度。比如，新媒体可加强建设反馈意见功能，同受众展开良好沟通，虚心接受其提供的反馈。并严格审核受众言论，积极打造一个健康、向上的媒体环境。

4.3 创新方式，内容为王

如今，传统纸质媒体与新媒体的融合发展已经不可阻挡。对纸媒而言，应充分认识到原有的生存空间正逐渐减小，读者也正在流失，但却不能过于焦虑，而应积极寻求突破之路，即同新媒体融合发展。纸质媒体应需自有的新闻采编优势发挥出来，赋予内容产品更强的时效性、专业性、服务性，借以把读者吸引过来。[5] 纸质

媒体的转型并非只是单纯地向网站或是移动终端上传内容，而是基于对终端特点的熟悉、掌握来开发、规划产品，并展开一系列建设，包括再造新闻信息采编业务流程、重组采编队伍、创新交流机制等。具体来说，第一，针对内容生产必须做到一次采集、多元生成和多端发布。引入全媒体操作，也就是一次采集原始内容素材，再将每个平台的定位、传播特点结合起来，生成多样化的传播形式，确保传播的有效性。第二，在产品营销方面，新媒体应做到与纸媒融合经营，在丰富产品形式后向用户推销。不论是哪种产品，其最关键的一点就是优质内容，两者要相辅相成，将核心竞争力不断提高，共同发展。全媒体时代背景下，受众的阅读习惯也和以前有了很大不同，纸媒在做内容时应对受众的心理展开深入研究，了解其喜好，之后再对内容产品进行生产，进而使制作的新闻产品能够被受众群体所接受和喜欢。新闻产品生产需发挥全媒体的积极作用，共享多端资源，在不同的平台间传播，实现全用户覆盖和全天候无缝对接，充分凸显传播价值。

4.4 主动作为，用户为主，多元融合互动

在传统媒体时代以及全媒体时代，时代发展的重点都是用户，媒体影响力的评估主要是看访问量和用户量。所以，在全媒体时代，纸质媒体融合转型不能流于形式，不重视用户需求。要想吸引更多受众的眼球，首先要细分老年人和年轻人市场，划分用户所在行业，同时对各用户的心理需要进行参考，生产相应的产品，使用户需要得到满足，以增多“粉丝”量。

纸质媒体融合转型，要想和全媒体时代发展的脚步保持一致，可以从各个方面着手，如开发App新闻客户端、网点等，促使传播影响力全面扩大。首先，网站可以借助传统媒体优势，促使渠道拓宽，还可以借助电视和报纸等传统媒体对信息进行发布，促使数字化转型目标顺利实现，把以往的电视用户和报纸转变成媒体平台用户。其次，还应对潜在的用户群进行深挖，对内容生产的方式进行开拓，以获得更多的忠实用户，支持传统纸质媒体融合转型发展。

4.5 加大人才队伍建设力度

在全媒体时代，人才直接决定了融合发展能否获得成功。[6] 当前，对新闻传媒行业多技能、高素质的综合性人才队伍进行挖掘和培养已成为一项迫切任务。在竞争激烈的传统纸质媒体行业，要想顺利实现融合转型，人才发挥着极为重要的作用。全媒体时代中，人才主要囊括“迭代”和“跨界”两个关键词，但是事实上，既有生活灵感艺术创意，又可以创新产品；既可以了解网络技术，又懂新闻传播等的综合性高素质人才严重不足。人才问题是一个综合性重点问题，需要长时间的努力才能解决，各大高校应积极对专业培训模式和目标方向进行调整、变革，加大高素质人才队伍的打造力度，积极和高校进行合作，对诸多不仅懂网络技术，同时又熟练掌握数字技术的高素质人才进行培养，促使传统纸质媒体行业快速转型。

结语

总而言之，对传统媒体来说，全媒体时代的到来不仅是良好机遇，同时也是新的挑战。全媒体时代中，媒体融合是一种必然趋势。传统纸质媒体只有大胆地在变革中积极创新发展，借助深化改革展开深度融合，利用融合促使主流阵地影响力增强，采用新模式和新技术，积极总结经验，将时代发展方向、受众真实需求、行业变化形势以及技术更新换代进程准确把握好，积极解决存在的问题，竭尽全力改变和创新，充分发挥新媒体和传统媒体的优势，在深度融合中把各自的劣势转变成优势，才可以促使自身竞争优势增强，获得良好发展。媒

参考文献

[1] 范海东 . 全媒体时代下媒体融合发展的思路分析 [J]. 新闻研究导刊，2020（11）：245-246.
[2] 朱宜男 . 数字化时代纸媒转型之路 [J]. 中国传媒科技，2018（8）：102-103.
[3] 王英 . 对新媒体冲击下纸媒生存状况的思考 [J]. 中国传媒科技，2017（11）：44-45.
[4] 高蕾 . 浅析全媒体时代传统媒体的发展 [J]. 戏剧之家，2020（9）：231.
[5] 梁景华 . 试论新媒体时代的报纸传播转型 [J]. 中国传媒科技，2017（11）：48-49.
[6] 陶青 . 全媒体时代下传统纸媒如何走好深度融合创新之路 [J]. 新闻研究导刊，2020（1）：139-140+142.

作者简介：古丽茹克・亚力昆（1984-），女，维吾尔族，新疆乌鲁木齐，中级职称，研究方向：全媒体时代，报刊媒体融合转型。

（责任编辑：胡杨）